

Storytelling –

warum man Fakten in Geschichten verpacken sollte

In der heutigen, von schnellen Veränderung geprägten Welt, ist der erste Eindruck extrem wichtig. Sei es bei einem ersten Date oder bei einem Bewerbungsgespräch, wenn man jemanden nicht von Anfang an fesseln oder gar begeistern kann, wird man schnell als uninteressant abgestempelt und ausgewechselt. «Next» lautet die Devise, nicht nur bei einer bekannten Datingapp. Genau so ist es auch beim Weitergeben von Informationen. Wer ist noch nie bei einem Vortrag, einer Vorlesung oder auch einer alltäglichen Unterhaltung gedanklich abgeschweift und das schon nach wenigen Minuten. Warum? Weil meist die Dinge, die uns gerade persönlich und emotional betreffen, also Dinge, die bereits in unserem Kopf sind, mehr fesseln als die Fakten, die ein etwas trocken und langweilig vortragender neuer Chef der Finanzabteilung uns zu vermitteln versucht. Was ist nun das Rezept, um trockene Inhalte und Fakten trotzdem so zu vermitteln, dass sich der Empfänger nicht langweilt oder er abschweift?



Eine Möglichkeit bietet «Storytelling». Dies bedeutet eigentlich nichts anderes, als den Fakten, die man vermitteln möchte, den Rahmen einer Geschichte geben. Geschichten erzählen sich die Menschen schon immer. Bereits die Neandertaler haben sich ihre Erfahrungen, Tipps und Tricks für den Alltag am Lagerfeuer in Form von Geschichten weitergegeben. Sie vereinfachen es dem Gehirn, Informationen aufzunehmen, da sie in den verschiedenen Hirnarealen so verarbeitet werden, als würden sie gerade selber erlebt werden. Erzählt man beispielsweise von rennenden, verschwitzten Marathonläufern auf ihren letzten Metern vor dem Ziel, wird beim Zuhörer das Gehirneareal aktiviert, das auch aktiv wird, wenn man selber rennt. Bilder und Emotionen werden produziert, wir stellen persönliche Verbindungen her. Fühlt man sich involviert, werden also Informationen im Gehirn anders verarbeitet. Die Amygdala ist ein Areal im Gehirn, das mit Emotionen in Verbindung steht. Sie ist für die Emotionserkennung zuständig und fungiert als eine Art Türsteher, der den Weg zum Hirn bewacht und entscheidet, was als wichtig empfunden wird und was nicht. Hormone wie beispielsweise das sogenannte Glückshormon Oxytocin spielen bei diesem Prozess eine grosse Rolle. Wenn dieses Hormon aufgrund einer erzählten Geschichte ausgeschüttet wird, werden Fakten, die darin verpackt werden, nachhaltiger verarbeitet und bleiben besser im Gehirn. So kann es vorkommen, dass tatsächliche Fakten weniger gut erinnert werden, als

irgendwelche unwahren Geschichten und das nur, weil sie im Gehirn besser abgespeichert und so auch leichter wieder abgerufen werden können.

Beim Storytelling ist es immer wichtig, Zielgruppe und Ziel zu definieren. Die beiden Faktoren haben Einfluss darauf, welche Art von Geschichte erzählt werden sollte. Gute Geschichten sind dreiteilig aufgebaut. Am Anfang wird der Protagonist vorgestellt und sein Problem beschrieben. Im mittleren Teil der Geschichte versucht die Hauptfigur, ihr Problem zu überwinden. Dabei muss sie einige Hindernisse überwinden. Im Schlussteil spitzen sich die Gegebenheiten zu. Der Hauptfigur gelingt es, ihr Problem zu lösen oder auch nicht, je nachdem, ob es sich bei der Geschichte um eine Tragödie oder eine Geschichte mit Happy End handeln soll.

Geschichten enthalten in der Regel also verschiedene Elemente:

- jemand (eine Person oder Gruppe)
- wollte (suchte, wünschte, hatte ein Ziel)
- aber (gibt Komplikationen, Hindernisse, Herausforderungen, Konflikte)
- daher (Resultat, lernt daraus, Beschluss)

Wichtig bei einer guten Geschichte sind vor allem ein starker Anfang und ein starkes Ende. Sie müssen einfach genug sein, damit die Zuhörer der Handlung leicht folgen können und herausfordernd genug, um interessant zu sein. Deshalb ist es wichtig, den «Storyteller» in sich zu entdecken und ihn rauszulassen, indem man persönlich Erlebtes geschickt mit den zu vermittelnden Fakten verknüpft. Die anfänglich noch hohe Aufmerksamkeit des Gegenübers gilt es richtig zu nutzen. Informationen sollten stückchenweise vermittelt werden. Auf diese Weise kann verhindert werden, dass das Gegenüber von Reizen überflutet wird.

Am besten kann das Publikum abgeholt werden, indem frei und auf natürliche Weise gesprochen wird. Dies setzt voraus, dass der Vortragende die Geschichte gut kennt, er den Ablauf vorher gut vorbereitet hat und der Inhalt gut sitzt. Das Verwenden von Beamer oder Powerpointfolien ist zwar verlockend, man wird aber nie die Verbindung zu den Zuhörern aufbauen können, wie wenn man frei und ohne Hilfsmittel zu den Leuten spricht.

Es gilt also, die genannten Faktoren bei seinem Vortrag, seiner Präsentation oder seinem Bewerbungsgespräch möglichst gut zu nutzen und einzubauen. So wird sich das Gegenüber besser und einfacher wieder an Sie und ihre Geschichte erinnern.

Giulia Burkhard

Organisationsberaterin